

Versteigerungsbedingungen

Bei Abgabe eines Gebotes, eines schriftlichen Kaufantrags und für den Nachverkauf gelten folgende Bedingungen:

1. Die Versteigerung erfolgt freiwillig in fremdem Namen und auf fremde Rechnung.
2. Die Versteigerung erfolgt in der Reihenfolge der Katalognummerierung. Maßgeblich ist der Katalogtext. Jedoch ist der Versteigerer berechtigt, falls es ihm zweckmäßig erscheint, Positionen zu trennen, zu vereinigen, vorzuziehen, zurückzustellen oder von der Versteigerung zurückzuziehen.
3. Die zu versteigernden Gegenstände können vor der Versteigerung zu den im Katalog angegebenen Zeiten besichtigt werden. Bei der Besichtigung und Versteigerung haftet jeder Besucher für von ihm verursachte Schäden.
4. Es bleibt dem Versteigerer vorbehalten, Personen aus besonderen Gründen von der Versteigerung auszuschließen.
5. Katalogbeschreibungen erfolgen mit größter Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen des Versteigerers. Sie stellen unverbindliche Meinungsäußerungen dar und sind keine zugesicherten Eigenschaften im Sinne der §§ 459ff BGB. Die Versteigerungsgegenstände werden versteigert wie besichtigt.
6. Der Aufruf beginnt mit dem im Katalog angegebenen Limitpreis (auch Mindestpreis genannt.) Diese Limitpreise können nicht unterschritten werden. Gesteigert wird in der Regel um ca. 10 %. Der Versteigerer ist jedoch berechtigt, andere Steigerungsraten zuzulassen.
7. Der Zuschlag erfolgt, wenn nach dreimaligem Aufruf des Höchstgebotes kein Übergebot gegeben wird. Geben mehrere Personen ein gleichlautendes Höchstgebot ab, so entscheidet das Los. Bei Uneinigkeit oder falls ein höheres Gebot übersehen worden ist, erfolgt ein erneuter Aufruf. Mit dem Zuschlag kommt ein Kaufvertrag zwischen dem Einlieferer, vertreten durch den Versteigerer, und dem Ersteigerer zustande.
8. Der Zuschlag verpflichtet zur sofortigen Abnahme und sofortigen Bezahlung des Kaufpreises an den Versteigerer.
9. Der Kaufpreis setzt sich zusammen aus dem Zuschlagpreis und dem Aufgeld von 18,75 % zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer von 19 % nur auf das Aufgeld (total 22,3 %). Für Saalbieter ist der gesamte Betrag sofort fällig und in bar zu bezahlen; für Fernbieter bei schriftlichem Kaufantrag innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum. Das Eigentum wird erst nach vollständiger Bezahlung übertragen.
10. Gerät der Käufer mit der Zahlung des Kaufpreises in Verzug, so verliert er seine Rechte aus dem Zuschlag. Die Positionen können dann ohne weitere Benachrichtigung auf seine Kosten auf einer der nächsten Versteigerungen versteigert werden. In diesem Falle haftet der säumige Käufer für einen Mindererlös und für die Kosten der wiederholten Versteigerung einschließlich der Versteigerungsgebühren. Auf einen eventuellen Mehrerlös hat er keinen Anspruch. Der Versteigerer ist dazu berechtigt, Kaufgelder, Kaufgeldrückstände und/oder Nebenleistungen im Namen der Einlieferer einzuziehen oder einzuklagen.
11. Reklamationen bei Erwerb durch schriftlichen Kaufantrag sind nur bei offensichtlichen Falschbeschreibungen möglich. Reklama-

tionen müssen sofort mitgeteilt werden. Bei anerkannten Reklamationen hat der Ersteigerer Anspruch auf Rückerstattung des vollen Kaufpreises. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Enthält eine Position drei oder mehr Modelle, so kann eine Reklamation wegen geringer Mängel einzelner Modelle nicht berücksichtigt werden. Positionen, die mit Mängeln beschrieben sind, können wegen eines anderen Mangels nicht reklamiert werden.

12. Schriftliche Kaufanträge (auch Ferngebote genannt) müssen bis zum Vortag der Versteigerung vorliegen. Sie werden sorgfältig bearbeitet, jedoch ohne Gewähr. Die darin genannten Preise enthalten noch nicht Aufgeld und Mehrwertsteuer. Der Versteigerer behandelt Ferngebote interessenwährend, d.h. höchste Ferngebote werden nur soweit ausgeschöpft, um das zweithöchste Gebot um eine Steigerungsstufe zu überbieten. Zudem verpflichtet sich der Versteigerer, über schriftliche Ferngebote bis zum Zuschlag Stillschweigen zu bewahren.

13. Bei Fernbietern werden die Verpackungs- und Versandkosten als Pauschale in Rechnung gestellt. Für Sendungen innerhalb Deutschlands betragen die Kosten 10,- €, innerhalb Europas 25,- €. Hierin sind Portokosten, Verpackung und anfallende Bankspesen enthalten. Der Versand erfolgt per Paket auf Gefahr des Käufers.

Versandkosten größerer, besonders schwerer und sperriger Artikel nach Aufwand. Versicherter Versand erfolgt nur auf Wunsch gegen Kostenerstattung.

14. Auf der Versteigerung nicht veräußerte Gegenstände sind im Nachverkauf erhältlich.

15. Der Versteigerer kann Gebote zurückweisen, falls keine entsprechenden Sicherheiten vorgelegt werden.

16. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist für alle Beteiligten Köln.

17. Durch Gebotsabgabe oder Erteilung eines schriftlichen Kaufantrags erkennt der Ersteigerer die Versteigerungsbedingungen ausdrücklich an.

Sollte eine der vorstehenden Bedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein, so bleiben alle anderen davon unberührt.

Wichtige Hinweise

Eigenware ist im Katalog mit Einlieferer-Nr. 0 gekennzeichnet.

Katalogetiketten auf Originalkartons bitte mit einem warmen Fön vorsichtig ablösen, um die teilweise seltenen und teuren Kartonagen und Bedruckungen nicht zu beschädigen!

Sofern Objekte des Dritten Reiches versteigert werden, erfolgt dies allein zu Zwecken der staatsbürgerlichen Aufklärung, der Abwehr verfassungswidriger Bestrebungen, der Kunst oder der Wissenschaft, der Forschung oder der Lehre, der Berichterstattung über Vorgänge des Zeitgeschehens oder der Geschichte oder zu ähnlichen Zwecken.

Die Funktionen der einzelnen Stücke, so nicht besonders vermerkt, wurden nicht überprüft! Die im Katalog dargestellten Berichte sind Erläuterungen zur Ware.

Gerichtsstand und Erfüllungsort ist für beide Teile Köln.

Auktion historischer Werbung und Reklame

13. Oktober 2007

Vorbesichtigung (Preview):

9.00 - 11.00 Uhr

Versteigerungsbeginn (Auction Begin):

11.00 Uhr

Außerdem ist eine Vorbesichtigung nach
Absprache in der Woche vor der Auktion
möglich.



antico mondo Auktions GmbH
Geschäftsführer: Christian Gärtner
Sürther Hauptstraße 143, 50999 Köln
Tel: 0 22 36/96 18 94, Fax: 0 22 36/96 18 95
E-Mail: anticomondo@netcologne.de
Internet: www.anticomondo.de

Impressum

Redaktion, Text und Foto:
Christian Gärtner, Arthur Marder,
Annika Osenberg
Gestaltung: Corinna Böckmann, Bergheim

Historische Reklame als Sammelgebiet



Beim Sammeln von altem Blechspielzeug steht sowohl der technisch-funktionale Aspekt wie auch der ästhetische im Vordergrund. Das Sammelgebiet der historischen Reklame und Werbung hingegen genügt auf den ersten Blick lediglich ästhetischen Ansprüchen. Doch betrachtet man die Sache genauer, wird klar, dass es sich bei den alten Dosen und Schildern um eine sowohl zeitgeschichtlich als auch kunsthistorisch beeindruckende Dokumentation handelt.

So ist der Begriff des „Corporate Design“, des gesamten visuellen Erscheinungsbild eines Unternehmens, heute aktuell wie nie; seinen Ursprung allerdings fand er bereits 1790 als das erste Schaufenster in Paris zur Warenpräsentation genutzt wurde. Schon damals wurde zunehmend auf eine, den potentiellen Kunden verlockende Präsentation der Produktpalette Wert gelegt, die den Absatz steigern sollte.

Im 13. Jh. wurde in Böhmen das Material Blech erfunden und entwickelte sich vom 19. Jh. an zu dem Verpackungsmaterial schlechthin. Kein geringerer als Napoleon brachte die Entwicklung der Konservendose ins Rollen, indem er, aufgrund der hohen Verluste in seinen Truppen durch schlechte Ernährung, einen Preis aussetzte zur Erforschung der

„Lebensmittelaufspeicherung“. Die Konservendose als „Haltbar-Macher“ war geboren.

Blech verband die Widerstandsfähigkeit von Eisen mit der Korrosionsbeständigkeit des Zinn. Zudem konnte es preisgünstig hergestellt werden und war so ein dauerhaftes, ökonomisches Material aus welchem auch viele Gebrauchsgegenstände gefertigt wurden.

Als 1877 in England ein Druckverfahren entwickelt wurde, mit dem sich Blech in allen erdenklichen Farben und Motiven lithographieren ließ, war der Siegeszug der Blechdose als Verpackung nicht mehr aufzuhalten. Bisher ließen sich die Blechdosen, in denen zunehmend auch haushaltsübliche Mengen von bisher loser Ware wie Kakao, Kaffee etc. verkauft wurden, lediglich mit Papieretiketten oder aufwändigen Handmalereien kennzeichnen. Nun ermöglichte das neue Verfahren, Verpackungen in Serie zu gestalten.

Die Lebensmittelhersteller entdeckten die Möglichkeit, sich durch bestimmte Farbgebung und Motivwahl von der Konkurrenz abzuheben und so den Absatz zu steigern. Gleichzeitig konnte man durch immer gleiche Farben oder Texte den Wiedererkennungseffekt beim Kunden gewährleisten und so ein bestimmtes Firmen-Image entwickeln. So

entwickelte sich die Verpackung vom reinen „Aufbewahrer“ zum individuellen Markenstück und Imageträger. Neben Kakao, Tee, Kaffee und Gebäck wurden auch Nägel, Nähbedarf und allerlei nützlicher Krimskrams in kleinen oder größeren Blechdosen verkauft. Die riesigen Exemplare für Kakao, Kaffee oder Tee beinhalteten lose Mengen, aus denen dem Kunden kleinere Rationen abgefüllt und verkauft wurden. Sie standen meist oben in den Regalen der Läden und sollten die Aufmerksamkeit der Kunden durch ein aufwändiges Design auf sich lenken.

Eine besondere Position nehmen hier noch die Zigaretten – und Tabakdosen ein: Besonders früh, bereits in der Kolonialzeit, stand hier die Gestaltung der Verpackung für ein bestimmtes Image der Marke. Die Konkurrenz der Zigarettenhersteller war groß, daher versuchte man unter anderem sich durch Namensgebungen und besonderen Motiven von einander abzugrenzen. Durch die Darstellung von orientalischen Szenarien sollte ein Hauch dieser neuen, anderen Welt an den Raucher verkauft werden. Ähnlich verfährt die Tabakindustrie auch heute noch.

Besonders in der Gründerzeit bis zur Epoche um den 1. Weltkrieg war die Blechdose die beliebteste Verpackung und hier lässt sich kunsthistorisch gesehen besonders eindrucksvoll der Wandel der Zeit nachvollziehen:

Während sich die Gestaltung in der Gründerzeit auf naturalistische, reichhaltige Ornamentik stützt, welche bisweilen etwas überladen auf unser heutiges Auge wirkt, prägen den Jugendstil die typische floralen Ornamente und Frauen Darstellungen.



Vor und während des 1. Weltkrieges hingegen wurden überwiegend patriotische, nationalistische Motive verwendet sowie militärische Namen.

In den 20er und 30er Jahren wurden mit dem Art Déco formellere Gestaltungsprinzipien verfolgt; man ging zu einem ruhigeren und sachlicheren Design über.

Schon jetzt stellt das Gebiet der historische Reklame und Werbung, welche neben Verpackungen auch Schilder, Figuren oder Verkaufshilfen beinhaltet, einen reichhaltigen Markt zum Sammeln dar und an der steigenden Nachfrage ist ein fortlaufen dieses Trend ablesbar. Besonders beliebt sind die Marken Sarotti, Stollwerck, Bahlsen, Riquet und Rüger im Gebiet der Süßwarendosen.

In jüngster Zeit gab es wieder ein wissenschaftliches Interesse am Verpackungsdesign und wird so an Hochschulen studiert und erforscht. So gilt die Verpackung, neben Plakat und Anzeige, als 3. bedeutendster Werbeträger da er imstande ist, ein ganzes Firmen-Image zu transportieren.

So lässt sich abschließend festhalten, dass das Lieben und Sammeln von historischer Reklame und Werbung ein zeitdokumentarischer Akt ist, der den Wandel in Geschichte, Mode und Zeitgeist in einzigartiger Weise dokumentiert. Nebenbei bestechen die Exponate durch ihre wundervolle Gestaltung und können teilweise als Kunstobjekte gesehen werden.





Wie läuft eigentlich eine Auktion ab, wie kann ich mitbieten?

Sie haben vier Möglichkeiten, um an unserer Versteigerung teilzunehmen; als Saalbieter, schriftlicher Fernbieter, als Telefonbieter oder auch über Internet.

Die Saalauktion

Beim Auktionsbesuch erhalten Sie am Empfang gegen Vorlage Ihres Personalausweises die Bieterkarte mit Ihrer Bieternummer. Diese ist bis zum Auktionsende gut aufzubewahren. Hiermit wird nicht nur geboten, sondern anschließend auch abgerechnet.

Gesteigert wird in der Regel plus ca. 10%, zum Beispiel 120-130-140-150-170-190...

Wenn Sie mitsteigern möchten, können Sie durch deutliches Heben Ihrer Bieterkarte ein Gebot abgeben. Bietet jemand höher als Sie, so ruft der Auktionator die berühmten Worte **„zum Ersten, zum Zweiten und zum Dritten“!** Geht nach Ihrem, kein weiteres Gebot ein, erhalten Sie den Zuschlag. Bitte halten Sie dann nochmals kurz Ihre Bieterkarte hoch, damit das Auktionsteam Ihre Nummer registrieren kann.

Sollten Sie Ihre Hand einmal versehentlich heben, keine Angst. Machen Sie darauf aufmerksam und die Position wird im Zweifelsfall neu aufgerufen.

Haben Sie die für Sie interessanten Stücke ersteigert, geht's zurück zum Empfang. Gegen Rückgabe Ihrer Bieternummer erhalten Sie nun die Rechnung. Diese ist sofort in bar zu begleichen.

An der Ausgabe erhalten Sie Ihre ersteigerten Positionen. Bitte überprüfen Sie sofort, ob alle Stücke in Ordnung sind. Spätere Reklamationen können nicht berücksichtigt werden.

Das schriftliche Gebot

Haben Sie keine Gelegenheit, persönlich zur Auktion zu kommen, können Sie gerne schriftliche Vorgebote abgeben. Tragen Sie auf beiliegendem Zettel **„Kauf-Order“** Ihre Adresse, Katalognummer, Beschreibung und Ihr Höchstgebot ein und senden Sie dieses per Brief oder Fax an unsere Geschäftsadresse. Ferngebote müssen uns **spä-**

testens bis 12.00 Uhr des Vortages der Auktion vorliegen. Schriftliche Gebote werden von uns interessenswahrend behandelt, das heißt, wir schöpfen Ihre schriftlichen Gebote nur soweit aus, um das Höchstgebot eines anderen um genau eine Steigerungsrate zu überbieten. Es kann daher vorkommen, daß Sie zwar 351,- € geboten haben, das zweithöchste Gebot jedoch lediglich bei 200,- € liegt, sodaß Sie den Zuschlag bereits bei 220,- € erhalten. Unmittelbar nach der Auktion wird Ihnen die Rechnung per Post zugestellt.

Das Telefongebot

Um an der Auktion auch von zu Hause oder unterwegs aktiv teilnehmen zu können, haben Sie die Möglichkeit, telefonisch mitzubieten. Tragen Sie dazu die Positionsnummern in das Formular **„Kauf-Order“** ein und lassen die Felder **„Gebot bis“** frei.

Während der Auktion werden Sie dann von uns angerufen, kurz bevor die gewünschte Position aufgerufen wird.

Voraussetzung zum telefonischen Mitbieten; Von uns unbekanntem Bietern benötigen wir vorab eine Bankreferenz bzw. eine Vorleistung in Form eines bankbestätigten Schecks. Telefongebote nur bei Stücken mit einem Limit über 150,- €!

Bieten im Internet

Über den Button **„Liveauktioneers/Ebay“** auf unserer Homepage www.anticomondo.de können Sie auf alle Objekte mitsteigern.

Alle Internetbieter müssen sich dafür bis spätestens 24 Stunden vor Auktionsbeginn anmelden.

Für Zuschläge im Internet beträgt das Aufgeld 20% plus 19% Mehrwertsteuer = 23,8%.